如何作好市場行銷

＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊＊ ◎農試所技術組　陳育信

每一回到農村去作輔導工作時，農民朋友大多會說：「阮，生產沒有問題啦！但是不知要如何銷售，請政府給我們幫忙！現在都是「販仔」賺去，給阮們剝削……」，聽到這些話後，心中總是萬分感傷，於是嘗試問了一些作市場行銷基本的問題，諸如：總生產面積有多少？產區分佈如何？產期先後如何？產量如何？生產〔競爭〕者有多少？價格如何決定？消費者需求如何？……想來協助他們突破困境，但是總是無法得到確切的答案，也就是說在「不知己又不知彼」的情況下，難怪不知要如何銷售其生產的「農產品」；筆者認為，企業體要永續生存下去的基本條件，就是要處處思考「如何有錢賺」，也就是說可能是指其生產的產品成本要比別人低或產品要與別人不同或找對消費市場銷售…..，但切記，天下沒有白吃的午餐，要達成這些目標就一定要—「用對方法作功課」，這正是本篇文章要討論的重點。

一、瞭解市場行銷觀念的演進與定位

隨著時代的演變，產品由「生產導向」轉為「產品導向」、「銷售導向」、「顧客導向」及「社會行銷導向」，即產品的演進由「有沒有？→多不多？→好不好？→喜不喜歡？→滿不滿意？」作持續改善與變化；每一個階段的生產者與消費者均有不同的訴求，例如在「生產導向」時期，基本上需求大於供給，此時「生產者」祇要重視生產效率來提高生產量即可，「消費者」會購買買得到且買得起的產品，就如同台灣光復初期，糧食供應不足，生產者目標祇有增產報國而已，不須考慮消費者的想法；又假如在「社會行銷導向」時期，重視產品社會責任的需求產生，「生產者」必須在自我利益、消費者需求與社會利益中尋求平衡下生產產品，「消費者」會重視產品的附加效益，或許「有機產品」的可作為此階段的代表產品之一；談到此處，要請問農民朋友，目前您瞭解生產的農產品處於那一個階段呢？

二、學習作行銷管理

何謂「行銷管理」？簡單的說，就是指將分析、規劃、執行與控制等項管理的工作，運用於產品的行銷活動上，使產品銷售活動更具有效率與效果，它是結合「策略、市場、通路、競爭、企劃、創意」等多元化的商場行銷戰爭，基本上可分為「行銷架構」與「行銷策略」兩方面來談：

㈠行銷架構：主要目的是將市場行銷的「方向」確定，方法上也就是要作「行銷分析」，內容包括「環境分析」、「消費者分析」、「競爭者分析」、「市場分析」等項，現將其概述如后：

1. 環境分析：主要目的是要「掌握及確認環境中變動因素」。因此可從總體面，諸

作者：陳副研究員育信
聯絡電話：04-23302301-455

如：人口、經濟、自然、科技、政治、文化....等項，瞭解整體環境下產品的「優勢與劣勢」；另再從個體面，諸如：競爭者、供應商、購買者、替代者....等項，瞭解自己產業的「機會與威脅」，一般稱之爲「SWOT 分析」。

2. 消費者分析：目的是要「深知顧客」。因此需針對消費者是誰？其特質如何？什麼時後買？去那裡買？爲什麼買？如何購買？...等項因素，深入瞭解與掌握。

3. 競爭者分析：目的是要「知己知彼」。要瞭解與蒐集競爭者是誰？其目標與優缺點是什麼？何時行動？其市場在那裡？其策略如何？...等項資料。

4. 市場分析：目的是「找出對自己最有利的市場」。透過前幾項工作所獲取的資訊，將市場加以區隔化與分析，找出各市場的優缺點與選擇目標市場後，下一步將訂定自我發展的「行銷策略」。要注意，將「市場區隔化」通常需考慮產品的大小、價格高或低、顧客性別、年齡、收入、分佈、習性、教育、包裝、品牌、顏色、口味、用途、效用、.........等諸項因素。

㈡行銷策略：主要是針對目標市場的自我發展目標，就「產品定位」、「價格訂定」、「通路選擇」、「推廣方法」等項的方式加以選定，作爲進行市場行銷的準則，現將其概述如后：

1. 產品定位：首先要確定的觀念是，凡能滿足消費者需求且能賺錢的才能稱之爲產品。接下來要瞭解產品的分類，是便利品、選購品、特殊品或是冷門品，同時要瞭解產品的週期，是新品上市期或是產品衰退期，且必須時時進行產品品牌與產品優勢的定位，不斷的切入目標市場，來維護市場競爭優勢。

2. 價格訂定：訂價的目的是想賺錢且想佔有市場，觀念上要讓消費者認爲物超所值。其方法有「成本取向訂價」、「需求取向訂價」、「競爭取向訂價」等三類，要同時考慮生產者、競爭者與顧客，且需要依地理區域、產品搭配組合...等作適當的調整。

3. 通路選擇：簡單的說，就是要找對門路。決定要採用「傳統行銷通路」，即生產者、批發商、零售商各有立場相互競爭方式呢？或採「垂直行銷通路」，讓生產者、批發商、零售商結爲一體方式呢？或採「水平行銷通路」，即策略聯盟方式呢？基本上需考慮通路的經濟性、可控制性與可適應性。

4. 推廣方法：唯一的目的就是要將產品推出去給消費者購買。選擇諸如：印型錄、海報、電視等媒體、折價促銷、展售會、低利融資...等方法來運用，惟需注意的是要考慮產品的目標、市場與產品本身的特性，方能達到效果。

上述所談論的方法，或許農民朋友會認爲太難了？或許會認爲要生產又要學習行銷太累了？或許您忘記您優異的生產技術不也是從無到有，一步一步累積而來的嗎？或許您不瞭解「販仔」也許就是作了功課才能跟您狠狠的殺價呢？或許您不知道您的競爭者、消費者都開始行動了呢？您願意賺您應有的利潤嗎？您願意永續經營您的產業嗎？請立即行動！